



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

### SUMBER BUKU:

- Johnston, J. (2013). *Media relations: issues and strategies*. Crows Nest, N.S.W: Allen & Unwin.
- Krizan, A., Merrier, P., Logan, J., Williams, K. (2008). *Business Communication* (7th ed). Canada. p. 15.
- Leslie, S. (2016). Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.
- Lindsay, M. (2003). *Promote Product and Services*. Max Johnson.
- Sudin, S. (2019). *200 Istilah Digital Marketing: Marketer & Entrepreneur Perlu Pahami*. Sukri Sudin.

### SUMBER WEB:

- REKOMENDASI WORD-OF-MOUTH MASIH MENJADI IKLAN PALING DIPERCAYA OLEH KONSUMEN ASIA TENGGARA. (2015, July 10). <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2015/REKOMENDASI-WORD-OF-MOUTH-MASIH-MENJADI-IKLAN-PALING-DIPERCAYA-OLEH-KONSUMEN-ASIA-TENGGARA/>.
- Nabila, M. (2019, March 1). Porsi Iklan Digital di Indonesia Baru Rp2,4 Triliun Sepanjang 2018: Dailysocial. <https://dailysocial.id/post/porsi-iklan-digital-indonesia-2018>.
- Global Cloud-Based Communications and PR Solutions Leader. (n.d.). <https://www.cision.com/us/blogs/2018/03/what-is-media-monitoring-and-why-does-it-matter/>.